

**FORMAZIONE.** Quindici dei 23 studenti del primo biennio dell'Its sono stati assunti ancora prima di ottenere il diploma

## Subito occupati con logistica e trasporti

Il presidente Adami: «Un risultato che ha superato le aspettative». A ottobre parte il terzo biennio

Francesca Lorandi

Quindici dei 23 studenti che hanno frequentato il primo biennio dell'Istituto tecnico superiore per la logistica e i trasporti sono stati assunti da importanti aziende veronesi, an-

cora prima di ottenere il diploma.

Giorgio Adami, presidente dell'Its, lo aveva promesso due anni fa: il progetto nasceva tenendo conto delle esigenze delle imprese, con l'obiettivo di fornire competenze pratiche agli allievi, affinché potessero trovare lavoro in tempi brevi. Per questo il biennio è stato pianificato affinché metà delle 2.000 ore si svolgesse all'interno delle stesse imprese partner.

«Il risultato ha superato le aspettative», commenta ora Adami, «i corsi sono terminati pochi giorni fa, e già prima dell'esame di Stato e del rilascio dei diplomi, previsto a inizio settembre, il bilancio è lusinghiero. Stanno inoltre arrivando da importanti aziende che hanno sede in altre province richieste di ragazzi formati dall'Its di Verona, per inserirli nella supply chain, il reparto logistico. Si tratta», dice ancora Adami, «di un risultato tan-

to più significativo se rapportato alla fase economica che stiamo attraversando».

**COLLABORAZIONE FRA TRE ISTITUTI.** Alla base di questo progetto c'è la collaborazione tra gli istituti tecnici Marconi e Giorgi di Verona, l'Ufficio scolastico provinciale, la sezione Trasporti e Logistica delle aziende associate a Confindustria Verona, l'Università, la Provincia, il Consorzio Zai-Quadrante Servizi, il liceo



Giorgio Adami

Brocchi, l'Istituto San Zeno e il Porto di Venezia.

«A decretare il successo dell'Its», sottolinea Adami, «è l'impostazione del lavoro, il mix di competenze fornite dai diversi partner e dalle aziende, oltre all'impegno dei membri degli organi di gestione della Fondazione: giunta, consiglio di indirizzo, comitato tecnico scientifico. La logistica è un settore sempre più strategico per trainare il successo e lo sviluppo delle aziende. La nostra risposta a questa esigenza, è stata una preparazione specifica e di alto livello. L'entusiasmo di questi ragazzi, infine, ha rappresentato un valo-

re aggiunto».

Il successo di questo biennio ha portato l'Its di Verona a collaborare alla nascita di un altro istituto tecnico superiore, che inizierà in autunno a Venezia e sarà focalizzato sulla logistica aeroportuale.

Intanto gli studenti del secondo biennio 2012-2014 hanno terminato il primo anno di corsi e ad ottobre inizieranno il secondo.

Con il mese di ottobre partirà il terzo biennio dell'Its, per il quale il mese prossimo si terranno le selezioni. Modello di iscrizione e informazioni sono scaricabili sul sito [www.itslo.it](http://www.itslo.it).

**SERVIZI.** Consolidato superiore a 30 milioni e circa 1.200 addetti tra diretti e indiretti

## Il Gruppo Nival guarda sempre più verso Est

Terziarizzazione e logistica attiva specie nell'alimentare in Italia e occhio alla crescita in Moldavia con una piattaforma per l'export

Terziarizzazione all'interno delle aziende produttrici, internazionalizzazione e logistica «attiva» sono sempre più i punti di forza del Gruppo Nival di San Giovanni Lupatoto. Scelte che hanno portato Nival, guidata da Stefano De Fanti, ad un consolidato superiore ai 30 milioni ed a lavoro per 1.200 addetti. Un gruppo l'anno scorso cresciuto del 12% nella logistica, del 10% nelle pulizie industriali e dell'8% nella nuova piazza bolzanina con logistica e pulizie.

«La terziarizzazione, che consente una indispensabile flessibilità produttivo-organizzativa», spiega il fondatore di Nival Group Stefano De Fanti, «è ormai fondamentale all'interno delle aziende che hanno attività variabile, come l'alimentare. In sostanza noi prendiamo in appalto alcune linee e proviamo a tutte le necessità lungo l'intero processo fino allo stoccaggio all'interno della struttura. In sostanza, per l'impresa, diventa una terziarizzazione in casa. I nostri dipendenti - ai quali dedichiamo un costante aggiornamento formativo - hanno contratti con tempi variabili quindi i costi per noi e per l'impresa sono in relazione all'effettivo lavoro».

Verona, con il suo forte settore alimentare, rimane quindi fondamentale per Nival, anche se hanno successo pure gli sviluppi a Vicenza e Brescia. Le pulizie industriali (Team Pulizie), invece, vedono l'azienda lupatotina (ha uffici anche a San Martino ed una sede di lavorazione prodotti a Villafontana) in buona crescita al servizio delle industrie alimentari di Treviso, Venezia, Bergamo, Padova, mentre è stabile l'attività per gli uffici, difficile, per la scarsa remunerazione, quella negli alberghi.

Mentre guarda al Nord Italia, soprattutto in direttrice Brennero e con perno Verona, Nival Group, però, non dimentica la sua proiezione nell'Europa dell'Est, in particolare in



Stefano De Fanti, fondatore di Nival Group

Moldavia. L'obiettivo di De Fanti di fare della capitale Chisinau la piattaforma ideale per esportare nell'Est Europa i prodotti alimentari italiani, da trasformare per cogliere le più favorevoli tariffe e norme doganali.

«È un cammino lungo», ricorda De Fanti, «perché occorrono le certificazioni sia degli enti moldavi che dell'Ue, dove potrebbero essere destinati i prodotti dell'Est. Ma con la pazienza ci si arriva».

Intanto la piattaforma con i primi 2.500 dei 6.000 mq previsti ha preso sostanza con i prodotti locali e con i primi prodotti italiani, con i veronesi in prima fila, per ora destina-

ti solo al mercato locale. All'iniziativa collabora direttamente anche Nicola De Fanti, figlio del fondatore, sicuro che la scelta di guardare all'Est sarà vincente perché «sostiene» si tratta di paesi vicini, di popolazioni con mentalità ricettiva, di un'area a reddito crescente, dotata di risorse naturali per l'energia e con l'agricoltura in sviluppo».

Calzature ed abbigliamento - parliamo di paesi freddi - potranno saranno nuovo filone di business. Come forti prospettive ha il trasferimento del know how aziendale per introdurre i moderni concetti di pulizia nelle strutture ospedaliere e nella lavanderia. ● **FR.**

Nazionale

## Rinnovato il contratto delle coop

È stata raggiunta a Roma l'intesa sul rinnovo del contratto collettivo nazionale per i lavoratori delle cooperative e dei consorzi agricoli, giunta al termine di una trattativa che aveva registrato una interruzione la scorsa settimana.

Il rinnovo contrattuale, che è stato firmato da Fedagri-Confindustria, Legacoop Agroalimentare e Agci-Agrital e dalle organizzazioni sindacali Fai-Cisl, Flai-Cgil e Uila-Uil, ha una durata triennale e decorre dal 1° gennaio 2013. Ne dà notizia Confindustria e Alleanza delle Coop agrolimentari. Tra le principali novità contenute nel rinnovo contrattuale, riferisce la nota, si segnala il forte impegno politico per definire l'ambito di applicazione del contratto al fine di evitare forme di dumping nel settore. Inoltre, l'inserimento di alcune misure in materia di welfare contrattuale e previdenza integrativa, una maggiore flessibilità sull'orario contrattuale e una nuova normativa sull'apprendistato che prevede anche la forma in cicli stagionali. Modifiche, infine, anche sulla composizione delle Rsu nelle cooperative.

**DOLCIARIO.** Ricavi a +6% e «mol» a +51%

## Vicenzi, in crescita fatturato e margine operativo lordo

Dati positivi nel primo semestre Entro fine anno parte la newco

È cresciuto del 6% il fatturato del core business italiano nel primo semestre 2013 della Vicenzi di Verona, leader nazionale nella produzione di prodotti dolciari da forno. Come anticipato dall'Arena di sabato scorso è salito anche il margine operativo lordo del +51%. Entrambi i risultati sono superiori al budget aziendale per il 2013 come riferisce una nota dell'azienda di San Giovanni Lupatoto.

«Questi risultati», ha spiegato il presidente Giuseppe Vicenzi nel cda di venerdì scorso, «confermano che il processo d'integrazione tra il mondo Vicenzi e il mondo Grisbi/Mr Day (ex-Parmalat) è felicemente avvenuto e sta iniziando ad esprimere tutto il suo vero potenziale di crescita sia in Italia che all'estero».

A fine anno, il Gruppo Vicenzi sarà pronto a far nascere la Newco Vicenzi Spa che racchiuderà i fatturati ed i marchi dell'azienda. La Newco nascerà «con un equilibrato rapporto debito/ebitda (3x)».

«Entro il 2013», ha aggiunto il presidente, «scioglieremo le nostre riserve ed annunceremo chi entrerà a far parte del



Giuseppe Vicenzi

capitale. Stiamo esaminando varie opzioni, tutte nel quadro del mantenimento della maggioranza saldamente in mano alla famiglia».

«Stiamo procedendo meglio delle nostre migliori attese», dice l'ad per l'area commerciale e marketing Stefano Di Bella, «e la Newco ha davanti a sé brillanti prospettive di crescita sia in Italia, che all'estero. Il business plan prevede di raggiungere 120 milioni di euro di fatturato netto ed un ebitda del 10% entro il 2016. I risultati 2012 e quelli del primo semestre 2013, in contesti di mercato difficilissimi», ha concluso, «indicano che tali traguardi sono raggiungibili».

**COMMERCIO.** Fatturato da 23,17 milioni nel 2011 a 23,54 nel 2012

## In crescita anche a Verona le vendite a domicilio

La nostra scaligera dietro solo a Padova nel Veneto che in Italia è preceduto soltanto dalla Lombardia

Valeria Zanetti

L'incremento è leggero, ma significativo perché testimonia la tenuta del settore in tempo di crisi. Il fatturato delle vendite dirette, a domicilio del cliente, a Verona passa da un controvalore di oltre 23,17 milioni di euro, nel 2011, a poco più di 23,54, nel 2012. Il Veronese è secondo solo a Padova (24 milioni) per volume d'affari prodotto da direct selling; seguono Treviso, 22,9 milioni; Vicenza 22,47, Venezia 22,14. Infine,

Rovigo 6,33 e Belluno 5,5.

I dati sono di Univendita, Unione italiana vendite dirette, alla quale aderisce un pool di imprese italiane, tra cui la scaligera Just Italia, che rileva come il Veneto si confermi leader del Nordest per la commercializzazione porta a porta nel 2012 con un fatturato di quasi 127 milioni, rispetto ai circa 125 del 2011. Il risultato, registrato dal Centro studi dell'associazione sulle aziende associate, conferma il primato veneto nella macroarea di riferimento e il secondo posto, nella classifica nazionale, alle spalle della Lombardia (15,3% di vendite), con 10,8% (il totale nazionale è 1,175 miliardi +5,1%). Nella top delle regioni, il Veneto precede per fatturato

Campania, 10,5% e oltre 123 milioni e Lazio con 7,9% e 92,37 milioni.

Nel 2012, in Veneto, sono anche cresciuti gli incaricati alla vendita, saliti a 6.048 (pari al 9% della forza vendita delle associate Univendita in Italia) dai 4.558 del 2011 (+30% degli addetti). Il Veneto contribuisce in maniera determinante al risultato del commercio porta a porta del Nordest, macroarea che vale il 23,4% su scala nazionale, che registra la più alta presenza di addetti alle vendite, incaricati dalle aziende associate, circa 19mila, pari al 6,5% del totale italiano di 303mila venditori, nel primo trimestre 2013 (+10,13% rispetto allo stesso periodo 2012). ●

«L'area ha una forte e radicata tradizione per la vendita diretta a domicilio», spiegano dal centro studi di Univendita, «Il fatto che nel 2012, qui,

come in tutto il Nord, la presenza degli incaricati sia aumentata dimostra che la vendita diretta a domicilio sta diventando un'opzione sempre più praticata, non soltanto come lavoro full time, ma anche per integrare il reddito in una congiuntura che resta ancora complessa».

Il direct selling si conferma opportunità di lavoro anche secondo Adevisco, altra associazione di imprese specializzate nella vendita a domicilio, alla quale aderiscono le veronesi Eismann di Sona, nel settore dei surgelati e Imperiale world service di Bussolengo, che commercializza sistemi per il riposo. Adevisco evidenzia come il Veneto sia la regione che registra la più alta presenza di addetti alle vendite, incaricati dalle aziende associate, circa 19mila, pari al 6,5% del totale italiano di 303mila venditori, nel primo trimestre 2013 (+10,13% rispetto allo stesso periodo 2012). ●

**PROFESSIONI.** Nel mirino i servizi ai matrimoni

## La denuncia della Cna contro fotografi abusivi

Marchi: «Il fenomeno è in aumento e danneggia chi lavora onestamente e paga le tasse»

Fotografi professionisti pronti a dare battaglia contro gli abusivi che portano via i clienti offrendo prezzi inferiori perché non devono pagare le tasse. La denuncia è della Cna Verona, Confederazione artigiana e piccola media impresa, che rappresenta anche i fotografi professionisti. In totale sono 186 gli iscritti in Camera di commercio. «È difficile quantificare quanto abusivismo c'è, ma siamo certi che è in aumento», afferma in una nota Ferdinando Marchi, segretario Cna Verona. Nel mirino, i matrimoni: lavoro per i professionisti, occasione per

gli abusivi, che approfittando della necessità risparmiare, propongono prezzi bassi.

«Molto spesso bussano alle porte dei negozi dei professionisti e chiedono informazioni su quanto costa un servizio. Si informano e poi rielaborano l'offerta. I professionisti hanno imparato a riconoscerli. Di solito sono appassionati, che dal lunedì al venerdì hanno lavoro e stipendio; ma al sabato e alla domenica si scatenano. Senza giudicare qualità e bellezza delle foto di un abusivo, se la crisi è crisi, cerchiamo di non pestare i piedi a chi fotografo lo è di professione».

L'abusivo, si legge nella nota guadagna il 100%, mentre costi, tasse, sono a zero, a differenza dei professionisti con un negozio da portare avanti e che pagano le tasse. «Molti fo-

tografi improvvisati, mi riferiscono i nostri associati, non hanno nemmeno partita Iva», denuncia Marchi, «e così, gli sposi che vogliono risparmiare scelgono loro, che hanno un prezzo più basso e magari lavorano in nero. Non sono fotografi, sono dilettanti che mettono in pratica il loro hobby e ci guadagnano pure».

Ma la qualità paga, «Anche il fotografo professionista si è adeguato ai tempi di crisi e cerca di andare incontro agli sposi offrendo loro un pacchetto su misura, a seconda delle esigenze economiche. Meglio quindi scegliere la professionalità: chi fotografa per professione e non solo per passione è tenuto al rigore, a garanzia del cliente, rispetta gli orari dettagliati e assicura la qualità del prodotto finale, seguendo gli sposi passo dopo passo», sottolinea Marchi «Cosa può assicurare l'abusivo, se non la sua parola? Se vuole fotografare e farsi pagare, lo faccia. Ma, come tutti, allora paghi le tasse».